ชื่อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็งของผู้บริโภค ในเทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้เขียน นายวรรธิษณุ สุระคำแหง
สาขาวิชา การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา 2553

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมของผู้บริโภคอาหารฮาลาล (2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของผู้บริโภค (3) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อและการบริโภคอาหารฮาลาล และ (4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาล โดยเน้นศึกษาการบริโภคอาหารฮาลาลประเภทอาหารสดแช่เย็น แช่แข็ง 3 ประเภท คือ เนื้อไก่ เนื้อวัว และอาหารทะเล ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคอาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง ที่นับถือศาสนาอิสลามในเทศบาลเมืองคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 155 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอย่างง่าย และสถิติไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า

กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 54.8 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 32.26 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายขึ้นไป ร้อยละ 58.1 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 81.3 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 3 คน ร้อยละ 27.1 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนบุคคลไม่เกิน 15,000 บาทต่อเดือน มีรายได้ของครอบครัวไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน และมีรายจ่ายในการบริโภคอาหารของครัวเรือนไม่เกิน 6,000 บาทต่อเดือน

ผู้บริโภค ร้อยละ 44.5 บริโภคอาหารสดแช่เย็น แช่แข็ง ประเภทอาหารทะเล โดยร้อยละ 61.3 บริโภคอาหารสดแช่เย็น แช่แข็ง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ ผู้บริโภคทั้งหมดจะพิจารณาดูตราฮาลาลในการเลือกซื้อ ร้อยละ 78.7 จะซื้ออาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง ในปริมาณไม่เกิน 2 กิโลกรัมต่อครั้ง และผู้บริโภคจะซื้ออาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง ที่ห้างสรรพสินค้าและซุปเปอร์มาร์เก็ต มากกว่าซื้อจากตลาดสด

สำหรับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อ และบริโภคอาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง พบว่าทุกปัจจัยที่ศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและบริโภค อาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการระบุวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ และมีตรารับรองเครื่องหมายฮาลาล ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ กับราคาอาหารฮาลาลที่เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ด้านการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ กับความสะอาดของสถานที่จัดจำหน่ายและการควบคุมอุณหภูมิของสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ กับการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคม และเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง พบว่า (1) เพศมีความสัมพันธ์กับชนิดอาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง ที่ซื้อบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.01 (2) เพศ สถานภาพการสมรส และรายได้ของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้ออาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.05 และ (3) สถานภาพสมรส และอาชีพหลัก มีความสัมพันธ์กับสถานที่ผู้บริโภคนิยมซื้ออาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.01 นอกจากนี้จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายจ่ายเพื่อบริโภคอาหารของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับสถานที่ผู้บริโภคนิยมซื้ออาหารฮาลาลสดแช่เย็น แช่แข็ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 0.05